

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Billboard merupakan salah satu media terbesar dan terpopuler yang berfokus pada bisnis musik melalui majalah, konferensi maupun buletin yang dapat diakses melalui website dan sebuah acara (“About Billboard Magazine,” n.d.). Berawal dari W. H. Donaldson dan pasangan kerjanya F. Hannegan yang merilis isu pertama dari majalah Billboard pada 1 November 1894. Pada isu pertama di sini, majalah sama sekali tidak berfokus pada musik melainkan membahas tentang *advertising*, dengan judul majalah “*Billboard Advertising*” yang menjadi majalah bulanan pada masanya. Lalu pada tahun 1897 nama majalah ditetapkan menjadi Billboard dengan tidak memakai kata *advertising* lagi dikarenakan topik dalam majalah yang mulai diperluas pembahasannya. Hingga akhirnya, pada tahun 1900, Donaldson mulai memfokuskan pembahasan publikasi dalam majalah mengenai berita *entertainment* mingguan. Seiring berjalannya waktu dan teknologi, pada tahun 1946, Billboard mulai membentuk *chart* untuk musisi-musisi teratas beserta label musiknya dan terus melebarkan sayapnya hingga membuat Billboard *Music Awards* pertama kalinya pada Desember 1989 (Bloom, 2013, hal. 70). Tidak berhenti sampai di sana, Billboard terus berkembang hingga mulai membuat lisensi-lisensi baru di beberapa negara, khususnya di Asia seperti Billboard Philippines, Billboard China, Billboard Thailand, Billboard Korea, dan salah satunya ialah Billboard Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Aldo Sianturi selaku *Chief Operating Officer (COO)* dari Billboard Indonesia, perusahaan ini lahir pada 30 November 2018 lalu dan akan genap berusia satu tahun. Billboard Indonesia merupakan salah satu destinasi *online* yang sangat cocok bagi orang-orang yang menyukai dan tertarik dengan bisnis musik serta industri yang berkecimpung pada musik. Diberikannya kebebasan dalam memilih dan mengoptimalkan *brand* Billboard itu sendiri, maka Billboard Indonesia memiliki pendekatan media tetapi

dengan medium yang tidak sama dengan Billboard internasional dikarenakan adanya *landscape* musik yang berbeda-beda di setiap negara. Medium yang dipakai oleh Billboard Indonesia ialah medium *streaming*, *website*, sosial media (Twitter, Instagram, Facebook, Youtube) dan *event*.

Billboard Indonesia juga mempunyai tangga musik lagi yang baru saja *launching* pada tanggal 25 September 2019 dengan nama Billboard Indonesia TOP 100. Dikarenakan Billboard sendiri mempunyai produk yang sangat diakui serta dihargai oleh banyak orang dengan tangga musiknya dengan varian yang cukup luas. Sehingga membuat Billboard Indonesia juga menciptakan tangga musik ini untuk mendukung para musisi lokal Indonesia.

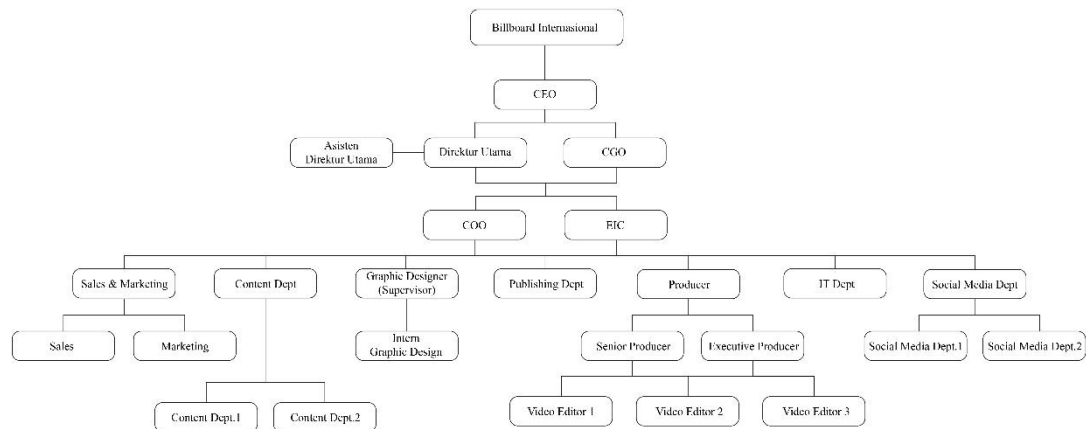
Selain itu, Billboard Indonesia juga memiliki visi dan misi. Visinya adalah untuk menjadi penghubung antara market musik Indonesia dengan market global. Juga memiliki misi berupa bekerja sama setiap harinya secara erat dan dekat dengan semua praktisi musik bisnis di Indonesia mulai dari artis/musisi, pemilik perusahaan rekaman atau agensi musik, *event organizer*, pihak *publishing*, sampai dengan *ticket management* dan semua pihak yang berada di bisnis musik. Nilai yang terdapat dalam Billboard Indonesia juga sangat penting, yaitu sebagai penghubung komunikasi dan kerja sama yang kuat, sehingga adanya percepatan kerja sama antara pihak bisnis musik di Indonesia dan pihak global (Sianturi, 2019).



Gambar 2.1. Logo PT Bahtera Musik Indonesia (Billboard Indonesia)

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

PT Bahtera Musik Indonesia (Billboard Indonesia) memiliki struktur organisasi perusahaan seperti di bawah ini:



Gambar 2.2. Bagan Struktur PT Bahtera Musik Indonesia

Keterangan:

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. <i>Chief Executive Officer (CEO)</i> | : Ricky Choi |
| 2. <i>Chief Growth Officer (CGO)</i> | : Peter Zhu |
| 3. <i>Direktur Utama</i> | : Chang Wilson |
| 4. <i>Asisten Direktur Utama</i> | : Kristiana Yunia Putri |
| 5. <i>Chief Operating Officer (COO)</i> | : Aldo Sianturi |
| 6. <i>Editor in Chief (EIC)</i> | : Adib Hidayat |
| 7. <i>Sales Dept</i> | : Reinaldo Edward |
| 8. <i>Marketing</i> | : Paula Aplonia |
| 9. <i>Content Dept 1</i> | : Alana Pramanda P. B |
| 10. <i>Content Dept 2</i> | : Alexander Kusumapradja |
| 11. <i>Graphic Designer (Supervisor)</i> | : Sani Yudha Febriani |
| 12. <i>Publishing Dept</i> | : Raymond Hutama |
| 13. <i>Senior Producer</i> | : Rudi Ferdiansyah |
| 14. <i>Executive Producer</i> | : Ken Irawati |
| 15. <i>Video Editor 1</i> | : Rifqy Naufale |
| 16. <i>Video Editor 2</i> | : Dimas Rio |
| 17. <i>Video Editor 3</i> | : Joshua Latupapua |
| 18. <i>IT Dept</i> | : Andhika Septian |
| 19. <i>Social Media Dept 1</i> | : Ramadhanu |
| 20. <i>Social Media Dept 2</i> | : Mochamad Ibnu Syina |